

RETOS DE DESARROLLO , SOLUCIONES SUR-SUR

Boletín electrónico de la Dependencia Especial para la Cooperación Sur-Sur, PNUD



Marzo 2007 | para suscribirse | para cancelar la suscripción | para ponerse en contacto con nosotros

El comercio en beneficio de los pobres aumentó en 2006 y seguirá aumentando en 2007

El volumen mundial del comercio equitativo, es decir, aquél en que bienes y servicios se intercambian bajo el logo *Fairtrade*, que garantiza a los productores un precio mínimo equitativo, experimentó un aumento sin precedentes en 2006. Solamente en el Reino Unido, en 2006 las ventas ascendieron a 200 millones de libras, un aumento del 46% respecto de 2005. The Fairtrade Foundation pronostica que en 2007 las ventas llegarán a 300 millones de libras.

En 2005, las ventas de *Fairtrade* ascendieron a 1.100 millones de euros en los principales mercados que adoptan ese logo en Suiza, el Reino Unido, Nueva Zelandia, Australia y los Estados Unidos. En la actualidad, *Fairtrade* colabora con 5 millones de agricultores en todos los países del sur y ofrece oportunidades cada vez más numerosas para los empresarios de esos países.

Se ha llegado a un punto crítico en cuanto a la toma de conciencia de los países occidentales y la demanda de la marca y el concepto de *Fairtrade*, que han sido adoptados ya por importantes supermercados. En el Reino Unido, un 62% de los consumidores conocen el logo y comprenden su significado.

El concepto de comercio equitativo comenzó en los Países Bajos en 1988, cuando la Max Havelaar Foundation dio a conocer la etiqueta *Fairtrade* al consumidor aplicada a café importado de México. A diferencia de las empresas convencionales, donde se paga al productor el precio que dicta el mercado, los adherentes a *Fairtrade* garantizan al productor un precio mínimo para su producto. Este importe se establece a un nivel que garantice que el productor pueda tener una vida digna y satisfacer todas sus necesidades esenciales. Además, una porción de las utilidades se mantiene en un fondo común, y los productores deciden democráticamente cómo gastarlo (muchos eligen dedicar esos recursos a proyectos de la comunidad).

El criterio de comercio equitativo ha sido objeto de críticas por diversas razones. Se ha aducido que es marginal y de magnitud demasiado pequeña como para tener realmente algún efecto sobre la pobreza y se lo ha acusado de privilegiar a un pequeño grupo de productores y hacer caso omiso del resto. También se ha criticado que no preste suficiente atención a las innovaciones y al aumento de la producción, a fin de eliminar verdaderamente la pobreza en el mundo en desarrollo.

Pese a todos sus defectos y carencias, es innegable que la marca *Fairtrade* ha tenido un inmenso éxito y ofrece una amplia gama de oportunidades a los empresarios.

En el Reino Unido, *Fairtrade* abarca ahora 2.500 productos, desde pelotas de fútbol hasta té, algodón y miel, en comparación con sólo 150 productos en 2003; esta tasa de crecimiento es asombrosa. Si bien en un principio los productos de *Fairtrade* estaban confinados a puntos de venta de cooperativas y de entidades de beneficencia, actualmente están presentes en los principales supermercados.

El éxito de *Fairtrade* no se limita a Europa y los Estados Unidos. También está ganando terreno en el Japón, donde a juicio de Sonoko Iwasa, comerciante minorista de *Fairtrade*, "el concepto de utilizar el comercio a fin de lograr un mundo más equitativo, al adquirir productos de países en desarrollo de Asia y África, no era un concepto conectado con nuestras vidas cotidianas".

En este número:

Enlaces:

- Babajob.com
- Equator Initiative
- Kiva.org
- SSC Website

Saltar a una sección:

- Ventanas al mundo
- Empleos
- Números pasados

La tienda *Rumaba Goods* de Iwasa, a poca distancia de Tokio, vende chocolate orgánico procedente de África, guantes y gorros de lana, de Nepal, y ropa elegante, de Tailandia. Iwasa comprobó que la clave, en el muy competitivo mercado de consumo japonés, era centrarse en la calidad de los productos, y no en los aspectos equitativos del comercio. Según Iwasa, es ese enfoque lo que ha hecho populares a los productos.

En la actualidad, el mercado de *Fairtrade* en el Japón sólo asciende a entre 6 millones y 7 millones de dólares EE.UU. por año e incluye 1.500 productos. Pero, según Michiko Ono, de *People Tree*, la mejor conocida etiqueta de *Fairtrade* en el Japón, la tendencia se está propagando entre los jóvenes japoneses que tienen conciencia social.

Para establecer una empresa *Fairtrade*, los empresarios o productores deben ponerse en contacto con el organismo internacional que certifica los productos *Fairtrade* y asegura que la producción satisfaga las normas éticas necesarias.

ENLACES:

Fundación para el comercio equitativo: Establecida en 1992, es una coalición de entidades británicas de beneficencia, miembro de Fairtrade Labelling Organisations International. Fija las normas de *Fairtrade* y protege la marca registrada y los derechos de propiedad intelectual.

Red de empresas auténticas Promueve el intercambio comercial con propósitos de beneficencia, así como para obtener utilidades. El sitio Web contiene todos los recursos que necesita un empresario principiante para establecer une empresa.

DATA: Organización creada por el cantante Bono, miembro del grupo de rock U2. *DATA* trata de asociar empresas a fin de acrecentar las oportunidades de intercambio comercial con África.

Fairtrade UK: La mayor tienda en el mundo de productos con el logo *Fairtrade*.

Oxfam: Esta organización de beneficencia con sede en el Reino Unido ha cumplido funciones pioneras con respecto al comercio equitativo y dispone de amplia información sobre la manera de participar en el comercio equitativo, además de una tienda que vende productos con el logo *Fairtrade*.

Diez mil aldeas: Tienda en línea que vende artesanías procedentes de todo el mundo con el logo *Fairtrade*.

Agbanga Karite: Comercio minorista en línea, de propiedad africana y con base en Togo, que vende productos hechos con mantequilla de *shea*, inclusive jabones, cremas y aceites.

Ananse Village: Tienda en línea que vende una amplia gama de artesanías y productos de aldeas africanas con el logo *Fairtrade*.

Dos posiciones: a favor y en contra de *Fairtrade* se presentan en dos películas: Oro negro: despierta y huele el aroma del café y Resabio amargo: crítica del comercio equitativo.

Las empresas como instrumento para el bien

El sector tecnológico de los Estados Unidos, sumamente inventivo y en acelerado avance, está reconformando la filantropía y probando que es posible hacer el bien y obtener ganancias al mismo tiempo. El enfoque adoptado por estos filántropos está imbuido de su experiencia en el despiadado mundo de la tecnología, donde la innovación es imprescindible y donde se supone que hay constante reinversión y permanente asunción de riesgos. De manera contraintuitiva, puede afirmarse que esos empresarios comparten muchas de estas cualidades con millones de pobres del mundo que luchan día tras día por sobrevivir y adelantar.

A diferencia del movimiento *Fairtrade* —cuyos orígenes están en organizaciones no gubernamentales que procuran garantizar precios equitativos para los productos— los llamados "filántropos de empresa" y "empresarios con interés social" se centran más en las utilidades y el crecimiento. Su inspiración está en las redes en línea, que en los últimos años han conmocionado al mundo empresarial, y tratan de aplicar un modelo de innovación constante.

En los últimos 10 años, las organizaciones sin fines de lucro han ido adoptando cada vez más el lenguaje y los métodos de las empresas. Para los "filántropos de empresa" y los "empresarios con interés social", las empresas son un instrumento para el bien. Al divorciarse del criterio estrecho de que la filantropía consiste en donar dinero, se posibilita percibir las conexiones entre hacer el bien y ganar bien, aducen los "filántropos de empresa".

A medida que va aumentando el número de personas que adoptan este orden de ideas, están surgiendo más instrumentos que facilitan cada vez más esas iniciativas. Jeff Skoll y Pierre Omidyar, los fundadores de la muy exitosa empresa de subastas públicas en línea *Ebay*, son parte de una ola de pensamiento renovador procedente de *Silicon Valley*, donde están localizadas en California las empresas de alta tecnología, y este pensamiento renovador está conformando la manera en que grandes sumas de capital privado se invierten en pro del cambio social.

Los "filántropos de empresa" se centran en un pequeño grupo de beneficiarios que pueden aprovechar al máximo las inversiones. Al comprometerse a otorgarles subsidios cuantiosos y a largo plazo, inclusive la financiación de infraestructura, personal y computadoras, no es necesario dedicar mucho tiempo a la recaudación de fondos. Y, a diferencia de los filántropos tradicionales, los de la nueva ola visitan las oficinas de los beneficiarios y colaboran con ellos como asociados, en lugar de esperar que lleguen los informes anuales; y también exigen que los beneficiarios alcancen metas cuantificables.

El éxito de Mohammed Yunus, laureado con el Premio Nobel, y su banco de microcréditos, Grameen, ha estimulado una iniciativa aun más ambiciosa. La *Omidyar Network* —red conducida por el multimillonario Omidyar— calculó que, a fin de proporcionar servicios de microcrédito a todos los pobres del mundo, se necesitarían entre 50.000 millones y 60.000 millones de dólares EE.UU. Actualmente, la red está recaudando recursos para iniciar este nuevo servicio de micropréstamos en todo el mundo. A juicio de Omidyar, el capital privado es funcionalmente ilimitado; si se considera desde esa perspectiva, como dijo recientemente al periódico *Los Angeles Times*, "60.000 millones de dólares no es nada".

El Acumen Fund que se autodescribe como firma de capital de riesgo sin fines de lucro, emplea los principios del diseño empresarial para resolver los problemas de los pobres. Al igual que empresas como *Procter & Gamble* (PG) y *Motorola* (MOT) realizan amplias investigaciones etnográficas sobre los consumidores, *Acumen* financia a compañías que crean sistemas "desde abajo hacia arriba". La fundadora, Jacqueline Novogratz, dice: "Se comienza con los individuos y se construyen sistemas desde su perspectiva personal. Préstese realmente atención, y seguidamente, véase si es posible aumentar la escala".

Bajo el liderazgo de Novogratz, el *Acumen Fund*, con sede en Nueva York, administra inversiones por valor de 20 millones de dólares en compañías pertenecientes a tres sectores, salud, abastecimiento de agua y vivienda. No es un capital muy grande en comparación con cualquiera de los fondos de "capital de riesgo" con sede en *Silicon Valley*. Pero el objetivo de *Acumen* no es lanzar ofertas públicas iniciales (IPO). En cambio, Novogratz y su equipo están creando prototipos de nuevos modelos empresariales que miden las utilidades en beneficios sociales, además de ganancias monetarias.

"Estamos apostando a los empresarios; estamos buscando fuertes equipos de gestión", dijo Brian Trelstad, Jefe de Inversiones del *Acumen Fund*. "Actualmente tenemos invertidos 20 millones de dólares EE.UU. en seis países. Abrigamos la esperanza de que esa suma llegue a 100 millones de dólares EE.UU. dentro de los próximos cinco años. En los países donde hemos hecho inversiones comienza a aparecer una línea realmente promisoria de candidatos a la espera y muchas más oportunidades de inversiones de alta calidad nos salen al paso. Estamos buscando personas que sientan pasión por su tarea y que sigan desarrollando sus empresas desde la perspectiva de los necesitados".

Larry Page y Sergey Brin, fundadores del exitoso dispositivo de búsqueda *Google*, iniciaron su dependencia filantrópica, Google.org, siguiendo el ejemplo de *Ebay*. Entregaron a Google.org acciones de su compañía que actualmente valen unos 1.000 millones de dólares EE.UU. Seguidamente, siempre siguiendo el ejemplo de Omidyar, se establecieron como red con fines de lucro.

"En el antiguo modelo empresarial estadounidense, las relaciones entre una firma y sus inversionistas, sus bancos, sus proveedores y sus clientes tendía a ser muy distante", dice Annalee Saxenian, decana de la

Escuela de Información de la Universidad de California en Berkeley. "Entonces, cuando se hacía un trato se informaba al respecto después de un lapso especificado. El nuevo modelo empresarial involucra mucho más a los participantes. Todos aprenden los unos de los otros y hay una continua corriente de información. Las firmas son más especializadas, pero todos los participantes se consideran colaboradores mutuos".

Este enfoque, al igual que el tumultuoso y acelerado ritmo de la industria electrónica, avanza incesantemente. Así como los fabricantes de equipo y programas electrónicos mantienen un ciclo de constantes mejoras e innovaciones, lo propio ocurre con los empresarios de interés social.

ENLACES:

Centro Skoll de Empresariado Social *Said Business School*, Oxford, organiza cada año el *Skoll World Forum* (Foro Mundial Skoll) a fin de promover soluciones empresariales para los problemas sociales..

Ashoka: Asociación mundial de los principales empresarios sociales del mundo. Selecciona a los principales empresarios de interés social que aportan ideas prácticas e innovadoras y efectúa inversiones iniciales en esas empresas. Seguidamente, los empresarios reciben subsidios para sus gastos personales durante tres años, de modo que puedan dedicarse plenamente a desarrollar sus actividades y sus ideas.

Asociados para empresas de interés social: Esta organización, si bien sólo realiza actividades en la zona de Seattle, Estados Unidos de América, ofrece un modelo que puede aplicarse en todos los países del sur. Los fundadores se propusieron crear una organización filantrópica utilizando el modelo de capital de riesgo, en que los copartícipes fomentan activamente sus inversiones financieras proporcionando orientación y recursos.

Generation Investment Management: Iniciativa comenzada en 2004 junto con el ex Vicepresidente de los Estados Unidos Al Gore; sólo efectúa inversiones a largo plazo, en cuestiones sostenibles y que realmente responden a sus convicciones.

Omidyar Network: Iniciada por los fundadores de *Ebay*, financia entidades con y sin fines de lucro; promueve un acceso igualitario a la información, los instrumentos y las oportunidades; y alienta entre los participantes los intereses compartidos y un sentido de apropiación de las iniciativas.

Skoll Foundation: La misión de esta fundación es tratar de encontrar empresarios de interés social que ya estén ejecutando programas exitosos en pequeña escala y otorgarles subsidios durante tres años para la continuación, la duplicación o la ampliación de dichos programas. Los temas para los que se proporciona financiación son: tolerancia y vigilancia de los derechos humanos, salud, sostenibilidad del medio ambiente, equidad económica y social, responsabilidad institucional y seguridad personal.

SV2: Silicon Valley Social Venture Fund: Alianza de exitosos empresarios de tecnología; reúne fondos en apoyo de empresarios sociales, otorgando recursos y tiempo: "filantropía de empresa".

Google.org: Aprovecha el talento, la tecnología y los recursos financieros de la exitosa compañía que conduce el dispositivo de búsqueda, a fin de combatir la pobreza mundial.

Acumen Fund: Un fondo "de capital de riesgo" sin fines de lucro que efectúa inversiones en soluciones basadas en el mercado para combatir la pobreza mundial. Apoya enfoques empresariales de la producción de bienes y servicios a costos accesibles para los 4.000 millones de personas del mundo que viven con menos de 4 dólares diarios.

TechnoServe: Esta organización ayuda a los empresarios principiantes a convertir buenas ideas en prósperas empresas comerciales. Con financiación de *Google*, está preparando un concurso de planes empresariales y un programa de desarrollo del empresariado en Ghana.

Sitios Web de redes de interés social: Un camino para liberarse de la pobreza

Los sitios Web para establecer redes de interés social, conocidos también como Web 2.0 —nombre que se da a la nueva ola de empresas en línea y sitios Web, entre ellos YouTube y MySpace, que están reformando la manera en que las personas interactúan con la Internet— se denominan "la red social" debido a su poder de congregar a la gente. Algunos han ridiculizado esa denominación por considerarla un artificio de propaganda comercial, pero muchos afirman que la Web 2.0 tiene varias características que la hacen diferente y la convierten en un valioso instrumento para empresarios que buscan medios de salir de la pobreza. Las nuevas aplicaciones de la Web 2.0 ofrecen muchos instrumentos en forma de programas electrónicos (*software*) gratuitos almacenados en línea, desde instrumentos de contabilidad y empresariales, hasta nuevas maneras de comunicarse gratuitamente en multimedios. A diferencia de los sitios Web 1.0, que ofrecían información a usuarios pasivos, los sitios Web 2.0 posibilitan la interacción y los comentarios. Esas cualidades propiciaron la posibilidad de almacenar en línea enormes cantidades de información, de acelerar el trabajo y de reducir las penosas demoras debidas a las conexiones lentas.

Todas esas nuevas herramientas están facilitando cada vez más el trabajo de los empresarios en su propio hogar, en centros de Internet, o en cualquier lugar donde haya una conexión inalámbrica, y están reduciendo pronunciadamente los costos de administrar una empresa. Todas las aplicaciones electrónicas están disponibles en línea, de modo que no es necesario esclavizarse con un determinado sistema operativo ni con la capacidad de un equipo. El número de centros de Internet en todos los países de Asia y de África ha aumentado marcadamente, de modo que así se lleva el poder de la Web 2.0 a millones de personas más.

Otro fenómeno notable es el enlace de los teléfonos móviles con la Internet. En África es cada vez más posible enviar comunicaciones a la Web 2.0 mediante mensajes de textos, colocar en la Internet fotografías y videofilmes, o permanecer conectados con una comunidad o un grupo de promoción o empresarial, enviando mensajes a su sitio Web.

"La Web 2.0 es una pre-ocupación de nosotros que puede ser beneficiosa para combatir la pobreza", dijo Tobias Eigan, fundador y Codirector Ejecutivo de Kabissa.org, un portal Web dedicado a promover la Web 2.0 en África. "Es realmente pertinente a África. Transforma a la Internet en una función de leer y escribir, es de uso más fácil; y esa dinámica va a lograr una gran diferencia. Con la Web 2.0 es mucho más fácil cargar contenidos. La Web 2.0 fomentará la capacidad de las instituciones y las sociedades locales, de modo de mejorar la vida de las personas. Será mucho más fácil combatir la pobreza contando con esta conectividad".

Otros dos paladines la Web 2.0 como medio de salir de la pobreza son Waleed al-Shobakky, reportero en ciencia y tecnología para *alJazeera.net* y Jack Imsdahi, consultor y comentarista tecnológico. Si bien admiten que los agricultores de subsistencia y los analfabetos no se beneficiarán directamente, quienes trabajan cerca de computadoras y los estudiantes se beneficiarán, sin lugar a dudas. Señalan que los teléfonos móviles han sido aceptados rápidamente por los pobres y que el mismo movimiento impulsa los nuevos servicios ofrecidos por los teléfonos móviles.

Con todo, persisten profundos obstáculos que impiden una aceptación más rápida. Será preciso que mejoren las velocidades de conexión con la Internet y que se efectúen mayores inversiones al respecto. Asimismo, será necesario adaptar a los idiomas locales los instrumentos de la Web 2.0, para no quedar limitados sólo a quienes dominan los idiomas más utilizados en la Web, como el inglés.

Los empresarios en el Sur mundial pueden ahora suscribirse fácilmente a múltiples boletines electrónicos enviados a direcciones de e-mail y mantenerse actualizados con respecto a las tendencias e innovaciones en su terreno de acción. El relativo anonimato de estas listas de e-mail significa que hay menos probabilidades de que los suscriptores sean juzgados en función de sus circunstancias físicas.

Afriville es un servicio de la Web 2.0 y una red social caribeño-africana, iniciada por dos empresarios nigerianos de la Web, ambos menores de 30 años, Folabi Ogunkoya y Lawrence Bassey-Oden.

Afriville es un sitio Web comunitario similar al famoso sitio *MySpace*. Los usuarios pueden enviar mensajes y colocar reseñas. La diferencia es que el usuario está en condiciones de escoger el grado de apertura o de restricción de las redes. Dicho sitio ofrece un sistema de avanzada para la gestión artística musical, que posibilita que artistas africanos y caribeños entren directamente en contacto con los aficionados.

"Hemos creado una sólida aplicación con características que beneficiarán con creces a los grandes artistas", dijo Ogunkoya.

African entrepreneurs have already stepped in with other Web 2.0 offerings. These include: Mooziko.com (versión africana de *YouTube*), Afriqueka.com (redes sociales), Yesnomayb (búsqueda en línea de relaciones con fines románticos).

Tanto *Yahoo* como *Google* ofrecen en línea numerosos instrumentos para empresarios y empresas, que se integran sin dificultad con sus servicios de e-mail.

Kabissa: Espacio para el cambio en África: Comunidad africana en línea que promueve y apoya la transición a servicios de la Web 2.0 en África. Ofrece muchas oportunidades de conocer a otras personas de todos los países de África y aprender más.

Alexa: Ofrece un detallado desglose por países de África de: el uso de la Web, la popularidad de los sitios Web y las tendencias actuales.

Digital Divide Network: Sitio Web que vincula directamente las iniciativas y ofrece oportunidades de debatir cuestiones y problemas de actualidad.

Global Voices: Iniciativa de la agencia de noticias *Reuters* para que converjan en línea conversaciones entre participantes de todo el mundo, incluidos países fuera de los Estados Unidos y de Europa occidental.

Instrumentos de la Web 2.0 gratuitos para empresarios:

Wikis: Aqui figura un detallado artículo sobre *Wikis* —sitios Web creados en cooperación entre múltiples participantes que posibilitan que los usuarios autorizados cambien fácil y rápidamente el contenido de las páginas— y una lista detallada de servicios de *wiki*, gratuitos o a bajo costo.

Blogs (diarios en línea):

Blogger.com - Servicio en línea gratuito y de fácil utilización, de propiedad de *Google*.

BlogPlanet.net - Sistema que posibilita el acceso a *blogs* desde un teléfono móvil.

Blogsome.com - Servicio gratuito y de fácil utilización, con buen apoyo para fotografías en la Internet.

Movable Type - Sistema de publicación en línea de fuente abierta, gratuito y de fácil utilización, que es popular entre los autores de *blogs*.

WordPress - Otro sistema de publicación en línea, de fácil utilización y también popular entre los autores de *blogs*.

Agregadores* (programas que congregan enlaces y recursos fuera de la Web)*:

AmphetaDesk - Uno de los primeros agregadores de noticias que realmente iniciaron la tendencia y que sigue siendo popular.

Bloglines - Dispositivo que posibilita que los autores de *blogs* y los administradores de sitios Web efectúen búsquedas, se suscriban a servicios de noticias en línea, efectúen publicaciones y compartan noticias utilizando el sistema RSS en línea.

Del.icio.us - Agrega contenidos de los sitios Web favoritos de cada persona y los comparte con otros.

Feed Demon - Proporciona las noticias que cada persona prefiera que lleguen a su computadora.

Technorati - Dispositivo de búsqueda en tiempo real que sigue la pista a lo que está ocurriendo en el mundo de los *blogs*.

Techsoup.org Excelente recurso para mantenerse actualizado con respecto a las más recientes novedades en la Web 2.0, que indica cómo tener acceso a recursos gratuitos o de bajo costo. Tiene su sede en los Estados Unidos y obtiene en *Silicon Valley* las primicias acerca de noticias o novedades recientes.

La moda cierra la brecha entre Desfiles de modelos y artesanías

La noción de hacer el bien mediante la moda ha sido remozada durante los últimos años. En los países occidentales, la ropa y las artesanías de países en desarrollo, preparadas en talleres donde no se explota a los obreros, estuvieron confinadas durante mucho tiempo a un pequeño sector del mercado. En el mejor de los casos, se les consideraba productos para excéntricos o personas no convencionales y, en el peor de los casos, como mediocres sustitutos de la ropa y los accesorios ofrecidos por los principales fabricantes. Con frecuencia, los productos orgánicos, o los elaborados con arreglo a las normas éticas, se estigmatizaban motejándolos de inelegantes y anticuados.

En París, el desfile de modas que respetan los principios éticos, actualmente en su cuarto año de vida, presenta modas que respetan a los seres humanos y al medio ambiente y, al mismo tiempo, son atrayentes, lujosas y de actualidad. Ha atraído a diseñadores de todo el mundo; entre otros países, de Mongolia, Tailandia, China, el Perú y Bolivia. Los organizadores exigen que todos los participantes den cumplimiento a las estipulaciones de los convenios de la Organización Internacional del Trabajo —inclusive la prohibición del trabajo forzado y el trabajo infantil—, respeten el medio ambiente, creen empleos locales y colaboren con artesanos para velar por la conservación de sus destrezas y aptitudes especiales, y por que la moda refleje la diversidad de las culturas mundiales.

Como ejemplo del gran auge de las modas éticas durante el año pasado, la cadena británica de venta minorista de ropa y alimentos Marks and Spencer se ha convertido en el más importante comprador mundial de algodón *Fairtrade*.

"Sólo he dirigido una empresa de este tipo durante los últimos 12 meses, pero al principio tuve dificultades para encontrar productores", dijo Tamzin Berry, de la compañía británica Ethical Catwalk. "Pero ahora realmente hubo un 'despegue'". Varias personas célebres han contribuido a aumentar su visibilidad. Las bailarinas que acompañan la actuación de Madonna visten ropa de una de las líneas que ofrecemos, *Red Mother*. He comprobado que todos en este tipo de trabajo son muy abordables, y que realmente se preocupan y respetan los principios éticos".

Actualmente, el estilo es la consideración principal, dijo Berry. "Hay hoy mayor cantidad de etiquetas que han respondido al desafío y, al parecer, se repite la trayectoria exitosa de los alimentos orgánicos".

La industria de la moda "es una de las que peor reputación tienen", dijo al periódico *The Guardian* la Dra. Katie Beverley, del grupo Nonwovens Research Group de la Universidad de Leeds. "Pero nunca ha sido más fuerte el impulso hacia consideraciones éticas y medioambientales en el diseño de la moda".

Con respecto a Mozambique, las modas presentadas en desfiles de modelos están ayudando a los pobres y salvando bosques amenazados de rápida desaparición. Un proyecto del Centro de Comercio Internacional (iniciativa conjunta de la UNCTAD y la OMC (www.intracen.org) en los bosques de la provincia de Sofala —que se extiende desde Angola hasta Tanzanía meridional, Mozambique y Sudáfrica septentrional— se propone aprovechar estos bosques donde crecen árboles raros de maderas duras. En el poblado de Dondo, los artesanos locales estaban fabricando productos para un mercado de turismo inexistente y un mercado local que no puede costear los precios. Pero tras incorporar al empresario de interés social Allan Schwarz —experto en colaborar con comunidades forestales y miembro de Ashoka — estuvieron en condiciones de crear brazaletes de calidad suficientemente alta como para ofrecerlos en revistas de modas y tener enorme éxito en el *Ethical Fashion Show* realizado en París. En promedio, los salarios de los trabajadores se han multiplicado por 14, llegando hasta 300 dólares EE.UU. por mes, en un país donde el ingreso medio anual es de 250 dólares EE.UU..

Los posibles diseñadores y expositores pueden ponerse en contacto con el *Ethical Fashion Show* enviando fotos de su colección y una breve explicación de la manera en que esas modas contribuyen al movimiento de moda ética, a la siguiente dirección: 4, rue Trousseau, 75011 Paris, Francia. Email: unilove@wanadoo.fr

ENLACES:

- Ethical Catwalk: Una de las principales empresas británicas proveedoras de modas y accesorios que respetan las normas éticas. Sólo utilizan productos orgánicos y merecedores de la etiqueta *Fairtrade*.
- People Tree: Sitio para ventas en línea fundado hace cinco años, conjuntamente con productores de las comunidades más pobres de todo el mundo.
- Brazaletes Allan Schwarz: www.allanschwarz.com
- Cebra: Fair Trade Crafts from Africa: Tienda en línea que vende ropa de moda y otros productos africanos hechos a mano y que merecen la etiqueta *Fairtrade*.
- Fair Indigo: Compañía de confección de ropa de moda que merece la etiqueta *Fairtrade*, con sede en Madison, Wisconsin, Estados Unidos de América.

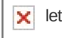


Ventana al mundo

- **Tecnologías de la información y la comunicación y desarrollo humano: Oportunidades y desafíos**
  por *Mila Gasco Hernández, Fran Equiza Lopez* y *Manuel Acevedo Ruiz*
  Instituto Internacional de Gobernabilidad, Cataluña, España
  Idea Group Publishing
  Sitio Web: http://www.igi-pub.com
- **Soluciones empresariales para los pobres del mundo**
  Silverthorne S. (2007) *Research & Ideas, Harvard Business School, Working Knowledge*, 5 de febrero de 2007
  --"¿Constituyen los pobres del mundo, que individualmente tienen menos de 5 dólares diarios como ingreso disponible, un mercado viable para nuevos bienes y servicios? Considérese que hay en todo el mundo 4.000 millones de personas a quienes corresponde esa descripción y allí está el principio de una respuesta. Pero las empresas que quieren ingresar en este mercado, ubicado en la parte inferior de la pirámide económica, no deben limitarse a considerar el aspecto comercial de la venta de productos; deben encontrar maneras de crear valores sociales y económicos".
  Sitio Web: www.amazon.com
- **El alma de una nueva cocina: descubrimiento de los alimentos y los aromas de África**
  Chef Marcus Samuelsson. Edición encuadernada, 344 páginas, 250 fotografías en colores, 200+ recetas, Wiley, 2006, 47,99 dólares
  Sitio Web: www.amazon.com
- **Manejo de residuos sólidos**
  Esta publicación considera la utilización de tecnologías respetuosas del medio ambiente para el manejo de residuos municipales sólidos en países en desarrollo.
  Sitio Web: www.unep.or.jp

Empleos

- Africa Recruit Job Compendium
- Africa Union
- CARE
- Christian Children's Fund
- ECOWAS
- International Crisis Group
- International Medical Corps
- International Rescue Committee
- Internews
- IREX
- Organization for International Migration
- Oxfam
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (1)
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (2)
- Save the Children
- The Development Executive Group job compendium
- Trust Africa
- UN Jobs
- UNDP
- UNESCO
- UNICEF
- World Bank
- World Wildlife Fund (Cameroon)



Please feel free to send your comments, feedback and/or suggestions to Cosmas Gitta [cosmas.gitta@undp.org] Chief, Division for Policy, Special Unit for South-South Cooperation

